10 Thesen in 10 Minuten – Videobotschaft aus Rövershagen

Eric Christopher Straube, Assistent des Geschäftsleiters Erlebnis in Karls Erlebnis-Dorf Rövershagen, schickte per Video zehn Thesen zu der Fragestellung, was sich ein Museum vom Freizeitpark abgucken kann:

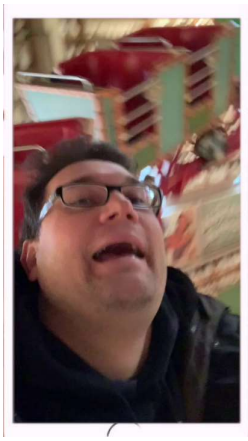
These 1
Der Museumsbesuch beginnt nicht mit dem Ticketkauf, sondern schon bei der Ankunft vor dem Museum. Es geht um eine Begrüßung. Schon vor Betreten des Museums kann es ein Erlebnis, einen kleinen Teaser geben. Ich kann etwas zeigen, das auf das vorbereitet, was kommt. Das kann einladend sein, spielerisch oder auch etwas für Kinder zum Auspowern.

These 2:
Mehr als ein Preis ist für ein Museum nicht nötig, denn es bietet für alle das gleiche Erlebnis. Ab einem gewissen Alter, ab dem man die Ausstellung versteht, sollten alle den gleichen Preis zahlen.

These 3:
Nach dem ersten Eindruck muss der Gast ganz schnell erfahren, wie er seinen Besuch planen kann. Am Eingang braucht es einen Lageplan. Es muss klarwerden, wie groß die Ausstellung ist. Man kann den Gästen Zwischenetappen anbieten oder Abkürzungen (wie bei IKEA). Vermeiden sollte man Sackgassen, denn die führen zu Staus. Auch ein Plan zum Mitnehmen ist extrem wichtig.

These 4:
Die Dramaturgie liegt nicht im Detail, sondern ein Rahmen hält alles zusammen. Menschen haben verschieden Zeit und jeder erlebt die Sachen auf eine andere Art und Weise. Deswegen sollten dramaturgisch abgeschlossene Gedanken der Gesamthandlung in einzelnen Story-Teilen vermittelt werden. Wer das perfekt kann, ist Disney: Dort gibt es eine Mainstreet, von der verschiedene Themenbereiche abgehen. Das kann ein Museum auch bieten. Warum immer nach Zeitachsen gehen? Warum nicht nach ansprechenden, spannenden Themen gehen und dem Gast eine freie Beweglichkeit einräumen.

These 5:
Nur wer das Alte kennt, kann das Neue schätzen. Ein Museum darf stolz sein auf seine Geschichte. Auf die eigene Historie kann man sich auch in der Ausstellung besinnen.



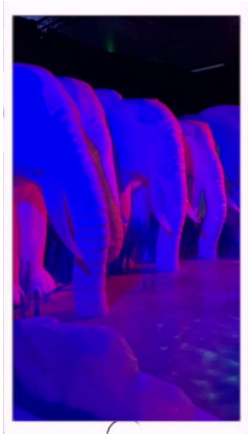
These 6:
Im Menschen schlummern vier Grundbedürfnisse, die bedient werden wollen. Im Freizeitpark und auf der Kirmes finden wir folglich vier Attraktionstypen:

- Ilynx, Attraktionen und Erlebnisse, die den Rausch hervorrufen
- Mimikry, das Theater
- Alea, das Glücksspiel
- Agon, der Wettkampf

Wenn man diese vier Erlebniskategorien mischt, dann können die Grundbedürfnisse des Menschen befriedigt werden. Wenn man also über Interaktivität und Zugänglichkeit in einem Museum nachdenkt, sollte es eben mehr als nur eine Quizstation geben, sondern man sollte auf unterschiedliche Geschicklichkeiten, Fähigkeiten, Kenntnisse eingehen.

These 7:
Blickachsen- und Perspektivwechsel können faszinierend sein. Wieso nur große Vitrinen? Wieso nicht auch ganz kleine, intime Orte? Wie wäre es, einen Raum zu schaffen, wo man den Puppen ganz nah kommen und ihnen zuhören kann, welche Geschichte sie zu erzählen haben? Und wie sieht eine Puppe, die ich auf der Bühne meist nur von vorne sehe, von unten oder hinten aus?

These 8:
Leerer Magen quält sich schnell. Ein Museum braucht vielleicht keine komplette Gastronomie. Aber braucht es einen Snackautomaten oder die Kooperation mit einem benachbarten Café? Auf alle Fälle wichtig: Wasserspender! Wir Deutschen trinken sowieso zu wenig und grade im Sommer wird zu vielen Gästen schlecht, weil sie zu wenig getrunken haben.

These 9:
Offenheit, Ehrlichkeit, Verletzbarkeit! Ein Blick hinter die Kulissen, in Büros und Werkstätten, ist das neue Making-of. Warum nicht auch im Museum den Blick erlauben auf die wachsende Sammlung, auf Restaurierungsarbeiten und eventuell auch auf das Kuratieren? Warum nicht einen Raum haben, in dem zukünftige Ausstellungsstücke liegen und so kleine Teaser schaffen, für das, was in den nächsten Monaten ausgestellt wird.

These 10:
Digitalität öffnet das nach Museum. Zum Beispiel kann man dem Museum über Social Media folgen und auch nach dem Museumsbesuch an Entwicklungen teilhaben. Aber auch Digitalität in Ausstellungen ist ein großes Thema – doch dafür gibt es ganz andere Experten...